

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ КАК ФЕНОМЕН МЕДИАКУЛЬТУРЫ

Луговая Юлия Александровна

*кандидат философских наук, доцент, Набережночелнинский
институт Казанского (Приволжского) федерального
университета, Россия, г. Набережные Челны
e-mail: ua.lugovaya@gmail.com*

Аннотация. В данной статье рассмотрены компьютерные игры как одна из составляющих современной медиакультуры. В частности, автор выделил важные социальные функции компьютерных игр и проанализировал физические и метафизические характеристики данного феномена.

Ключевые слова: игра, компьютерные игры, медиакультура, антитекст.

XX в. породил одно из самых многогранных и противоречивых онтологических явлений – медиакультуру. Таким образом, жизнь социума оказалась разделенной на две реальности – действительную и медиакультурную, в которой люди и события отражены сквозь призму средств массовой коммуникации.

Медиакультуру можно определить как систему интроспективных отношений человека (человечества) с самим собой, основанную на производстве, распространении, потреблении разнопрофильных текстов массовой коммуникации [2, с. 9].

Медиакультура сыграла огромную роль в появлении и распространении в коммуникативном пространстве новых типов текстов – гедонистического и сетевого [6], семантико-семиотическая модель которых построена на принципах наслаждения и временной утраты чувства реальности.

Появление таких форм медиакультуры предсказывал еще Элвин Тоффлер в книге «Шок будущего»: «важной разновидностью продукции ощущений будут имитированные “мирки”, где потребитель без риска для жизни или репутации ощутит вкус приключений, опасности, сексуального возбуждения... При входе в эти храмы удовольствий потребители будут оставлять обычную свою одежду (и заботы), облачаться в соответствующие костюмы и затем участвовать в подготовленном спектакле» [7, с. 252].

Со временем тексты развлекательного и релаксационного характера заняли главенствующую позицию в массово-коммуникативной среде, что вызвало определенные опасения представителей социогуманитарного блока науки. Как пишет К. Ясперс, «бытие человека сводится к всеобщему; к жизнеспособности как производительной единицы, к тривиальности наслаждения. Разделение труда и развлечений лишает существование его возможного веса; публичное становится материалом для развлечения, частное – чередованием возбуждения и утомления и жаждой нового, неисчерпаемый поток которого быстро предается забвению...» [9, с. 52].

Одной из разновидностей гедонистического текста является *компьютерная игра*. Существование данного феномена диалектично по своему характеру: любую игру создает человек, но и игра, в свою очередь, влияет на человека, формирует новые стороны его «Я», делает второстепенное важным, необходимое – ненужным.

По мнению Й. Хейзинги, «для человека, взрослого и наделенного чувством ответственности, игра – то, без чего он мог бы и обойтись. Игра – по сути, избыточна. Потребность играть становится настоящей лишь постольку, поскольку она вытекает из доставляемого игрой удовольствия. Игру можно всегда отложить, она может и вовсе не состояться. Она не бывает вызвана физической необходимостью и тем более моральной обязанностью. Она не есть какая-либо задача» [8, с. 16].

Г.М. Маклюэн считает игры и технологии «контрраздражителями, или способами приспособления к удару специализированных воздействий, имеющему место в любой социальной группе. Как расширения массовой реакции на повседневный стресс, игры становятся точными моделями культуры» [4, с. 267].

По нашему мнению, компьютерные игры выполняют несколько важных **социальных функций**:

- **социализирующую** (являются тренировочной площадкой для решения проблем в реальной жизни);
- **релаксационную** (позволяют отвлечься от реальности, забыть о проблемах, создают иллюзию всемогущества);
- **развлекательную** (заполняют время, дарят новые эмоции и впечатления);

– **интеграционную** (объединяют множество людей по всему миру, дают возможность людям чувствовать себя причастными к чему-то глобальному и важному);

– **культуроформирующую** (каждая игра – своего рода культурное пространство с собственными героями, законами, обрядами);

– **образовательную** (позволяют узнать новое о прошлом и настоящем мира и общества).

Сетевые игры позволяют пройти миссии от лица разных героев, еще больше погружая аудиторию в свой мир. Как утверждает О.С. Потапова, «можно с уверенностью говорить, что эмоции, рожденные компьютерной игрой (да и любой игрой вообще), зачастую непосредственно влияют на формирование личности в реальном мире, и таким образом выходят за пределы игрового пространства. Компьютерная игра как деятельность может соответствовать целям искусства – выражению и познанию эмоций, хотя далеко не каждая игра может быть отнесена к искусству» [5, с. 350].

Подтверждением вышесказанного может служить тот факт, что многие компьютерные игры выходят за рамки своей реальности и превращаются в реальность действительную благодаря деятельности игроков фанатов. Некоторые игровые продукты претендуют на звание отдельного мира с уникальным семантико-семиотическим наполнением и даже собственной философией. В качестве примера можно привести Half-life, Legend of Zelda, Mass effect, Metal Gear Solid – культовые игры, каждую серию которых поклонникам приходилось ждать не один год.

Следует отметить, что первая профессиональная лига по киберспорту была создана в США в 1997 г., а Россия была первой в мире страной, которая признала киберспорт официальным видом спорта [1]. Более того, в последнее время такой вид спорта стал приносить наиболее успешным игрокам немалый доход. К примеру, в 2011 г. компанией Valve в Кёльне был проведен первый турнир по игре Dota 2, призовой фонд которого составил астрономическую для компьютерно-игрового спорта сумму 1,6 млн долларов. В последующие годы призовой фонд турнира увеличивался и в 2014 г. составил почти 11 миллионов долларов [11]. Таким образом, компьютерно-игровой спорт начинает восприниматься обществом как

нечто важное, тождественное классическому спорту. Участники соревнований считают компьютерные игры хорошей возможностью самореализации, достижения успеха и популярности.

В чем же уникальность компьютерной игры? Почему она является более сильным аттрактором, нежели другие средства коммуникации и рекреации?

Ответ, на наш взгляд, содержится в основных характеристиках данного феномена – физических и метафизических, если их так можно назвать. *Физические характеристики* – визуальность, имитация деятельности, аудиальное сопровождение, поливариантность развития событий.

Визуальность, несомненно, является ключевой характеристикой игры – с помощью ярких и фантастических образов и символов в сознании человека конструируется новое понимание мира. Мир раздваивается, точнее – удваивается, и со временем играющий осознает, что мир игровой насыщеннее, красивее и богаче мира реального.

Метафизические характеристики – эффект присутствия, ощущение всемогущества, переживание отвлеченности от реальности и вовлеченности в фантастический мир. Компьютерная игра навязывает человеку ощущение незавершенного гештальта – начав прохождение миссии, невозможно остановиться, необходимо любой ценой достичь результата и получить заветные новые умения, одежду или артефакты.

Исходя из обозначенных нами физических и метафизических свойств, компьютерную игру с точки зрения медиакультурного подхода можно считать антитекстом.

Антитекст «утверждает в общественной атмосфере низкие духовные ценности и культивирует в биосоциопсихогенезе человека способность к мыслям, чувствам, поступкам в рамках деструктивного общения и поведения. В медиа-антитексте аккумулируется практическая “антифилософия”, которая внедряется в массовое сознание методом внушения и направляет процесс образования и воспитания человека по вектору понижающей социализации» [3, с. 129]. Однако в игре как антитексте можно усмотреть один логический парадокс: геймеру предлагается совершить насилие

только в отношении отрицательных персонажей (либо ему предоставляется выбор: убить или не убить), и, таким образом, осуществляется торжество доброго начала над злым.

Тем не менее «антитекстовость» компьютерной игры заключается прежде всего в ее гедонистической направленности и ориентированности любого ее создателя на получение значительной прибыли. Кроме этого, основные действия в компьютерных играх – это всевозможные виды насилия: драки, убийства, захваты транспорта, оружия или флага, взрывы, пожары и прочее. Как отмечает Д. Майерс, «в играх типа action на насилие уходит 91% времени, причем в 27% игр насилие приводит к смерти» [10]. Эффект компьютерной игры опасно тем, что насилие в ней не только визуализировано, но и актуализировано – причем реализуется оно с помощью непосредственного участия аудитории, то есть совершается ее руками. В этом плане газетный текст, фотография или даже телевизионный сюжет о насилии более безобидны – потребитель информации не принимает в нем никакого участия, являясь сторонним наблюдателем. Таким образом, массовая информация о насилии является своеобразным контекстом медиакультуры, а компьютерные игры – ее онтологически двойственным концептом, вершиной процесса порождения нового сознания.

В результате наших рассуждений можно прийти к выводу, что компьютерная игра как феномен медиакультуры – это диалектически сложное многоуровневое явление, в котором взаимодействуют друг с другом этико-эстетические дихотомии добра и зла, прекрасного и безобразного, возвышенного и пошлого, витального и летального. Компьютерная игра выводит из недр сознания наши Эрос и Танатос; в ней аккумулируются новые представления о смысле, необходимости и возможности человеческого существования.

Литература

1. Киберспорт: это спорт? – URL: <http://s-bc.ru/news/kibersport-jetosport.html>
2. Луговая Ю.А. Семиотика медийного текста в культурфилософском измерении: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Ю.А. Луговая. – М., 2013. – 26 с.

3. Луговая Ю.А. Текст и антитекст как контрастные формы медиакультуры / Ю.А. Луговая // Журналист. Социальные коммуникации. – 2012. – № 4. – С. 125–133.
4. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн / пер. с англ. В. Николаева. – 2-е изд. – М.: Гиперборея, 2007. – 464 с.
5. Потапова О.С. Компьютерная игра в пространстве культуры / О.С. Потапова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 4. – С. 349–353.
6. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 2003. – 320 с.
7. Тоффлер Э. Шок будущего: пер. с англ / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2008. – 557 с.
8. Хейзинга Й. Homo Ludens; статьи по истории культуры / Й. Хейзинга / пер., сост. и вступ. ст. Д.В. Сильвестрова; коммент. Д.Э. Харитоновича. – М.: Прогресс – Традиция, 1997. – 248 с.
9. Ясперс К. Духовная ситуация времени / К. Ясперс / пер. с нем. М.И. Левиной. – М.: АСТ, 2013. – 285 с.
10. Myers D. Social Psychology / D. Myers. – Hope College: 2013. – 11th ed. – URL: http://highered.mheducation.com/sites/0078035295/information_center_view0/sample_chapter.html
11. The International. – URL: <http://ru.dota2.com/2011/08/%C2%ABthe-international%C2%BB/>

**«ПРОЧИТАЙ, ПОКА НЕ ЭКРАНИЗИРОВАЛИ»:
СПЕЦИФИКА ПЕРЦЕПЦИИ
ХУДОЖЕСТВЕННОГО СЮЖЕТА**

Масленкова Наталья Александровна

*кандидат филологических наук, доцент, Самарский
государственный университет, Россия, г. Самара
e-mail: maslenkova@mail.ru*

Аннотация. Цель данного исследования – выявить особенности восприятия литературного произведения и его организации. Автор опирается на свидетельства реципиентов, в частности, используя метод автоэтнографии. Результат наблюдений – зависимость восприятия художественных текстов от того, что было первым: кино или литература.

Ключевые слова: художественная перцепция, литература, кинематограф, экранизация.